

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра Економіки права та управління бізнесом

РЕФЕРАТ
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 076 «Підприємництво торгівля та біржова діяльність»
за освітньою програмою професійного/наукового спрямування
« Економіка, планування та управління бізнесом»
на тему « **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**
ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ФОП ГРИГОРАЩЕНКО М. О.)»

Виконавець:

Студентка ФЕУВ 65 групи

Літвін Ю.А

/підпис/

Науковий керівник:

К.е.н. доц

Горбаченко С.А.

/підпис/

ОДЕСА-2020

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Конкурентоспроможність підприємства є одним із важливих аспектів ринкового середовища, який характеризує можливість мебельного підприємства адаптуватися до умов ринку і посісти провідне місце і втримати його якомога довше. Проблема управління та підвищення конкурентоспроможності мебельного підприємства зумовлена складністю самого підприємства як об'єкта управління, наявністю залежності конкурентоспроможності меблевого підприємства від умов зовнішнього середовища. Конкуренція на меблевому ринку стає все жорсткіша, йде суперництво між товаровиробниками за вигідніші умови меблевого виробництва та реалізації продукції, за одержання найвищого прибутку та інших переваг, ця конкуренція здійснюється різними методами та може виступати в різних формах. Дослідження конкурентоспроможності меблевого підприємства в умовах політичної і економічної кризи, яка склалась в Україні, дає змогу розглядати її як комплексну характеристику потенціальних можливостей забезпечення конкурентних переваг в перспективі. Тому постає очевидною проблема управління конкурентоспроможністю для конкретного підприємства меблевої галузі, яка характеризується комплексністю, багатогранністю і пов'язана зі складністю механізму функціонування підприємства, постійною зміною умов і факторів підприємницького середовища. Останнє слід відзначити особливо, тому що аналіз та оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства необхідні на всіх ступенях розвитку підприємства. На сьогоднішньому етапі розвитку ринку меблів актуальним питанням, що потребує першочергового вирішення, є розробка ефективних механізмів і заходів, які сприятимуть підвищенню рівня конкурентоспроможності вітчизняних мебельних підприємств та стануть запорукою загального зміцнення економічних позицій України.

Дослідженню конкурентоспроможності підприємств та формуванню можливих шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств присвячені праці вітчизняних та зарубіжних науковців Г.Азоєва, І.Ансоффа, А.Воронкової, В.Галєєва, А.Градова, Дж.Еванс, Ю.Іванова, Ф.Котлера, А.Кроткова, Г.Кулікова, Ж.Ламбена, Й.Ліфіц, М.Портера, Д. Рікардо, А. Старостіної, Р.Фатхутдінова, Д.Юданова та інших. Питання організаційно-економічного механізму управління забезпеченням конкурентоспроможності меблевих підприємств висвітлені в працях А. Грод, О.Леонова, А.Коваленко, В. Завсєгдашнього, Г.Кулешова.

Попри зростання інтересу вчених до проблем конкурентоспроможності на ринку меблевої продукції серед сучасних економістів немає єдиних поглядів на питання виявлення зв'язків, що ідуть від ринку до результату через такі аспекти поведінки, як ціноутворення, інвестиції, інновації тощо. Актуальність зазначених вище проблем, їх недостатнє вивчення і визначили вибір теми кваліфікаційної роботи, зумовили його мету та завдання.

Мета і завдання дослідження. Метою кваліфікаційної роботи є узагальнення та розвиток науково-теоретичних засад, розроблення й

обґрунтування практичних рекомендацій щодо формування конкурентоспроможності меблевого підприємства.

Для досягнення поставленої мети було поставлено такі **завдання**:

- розглянути сутність конкурентоспроможності підприємства;
- сформулювати чинники формування конкурентоспроможності підприємства;
- дослідити методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- представити організаційно-економічну характеристику ФОП Григоращенко М.О;
- провести аналіз впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на конкурентоспроможність магазину «Меблі»;
- провести оцінку конкурентоспроможності магазину «Меблі» ФОП Григоращенко М.О;
- розробити організаційно-економічні механізми підвищення конкурентоспроможності магазину «Меблі» ФОП Григоращенко М.О;
- представити прогнозну оцінку економічної ефективності заходів щодо підвищення конкурентоспроможності магазину «Меблі» ФОП Григоращенко.

Об’єктом дослідження є організаційно-економічні процеси, які формують рівень конкурентоспроможності магазину «Меблі» ФОП Григоращенко на ринку меблів.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних аспектів підвищення конкурентоспроможності меблевого підприємства.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети у кваліфікаційній роботі використано широкий інструментарій загальноприйнятих методів наукового дослідження, а саме: ретроспективний метод (для розкриття сутності та принципів конкурентних відносин у підприємницькому економічному середовищі); структурно-логічний (для дослідження послідовності процесу аналізування конкурентного середовища меблевих підприємств); метод системного і статистичного аналізу (для аналізування методичних підходів до оцінювання конкурентоспроможності); аналітичний і порівняльний аналіз (для визначення особливостей і напрямів розвитку підприємницьких структур на ринку меблевої продукції); графічний і табличний (для ілюстрації динаміки явищ і процесів, що стосуються питань формування конкурентоспроможності меблевих підприємств).

Інформаційну базу дослідження склали зібрані, узагальнені, опрацьовані первинні матеріали маркетингових досліджень і дані управлінського обліку Григоращенко М.О, чинні законодавчі та нормативні документи, наукові праці вітчизняних та зарубіжних авторів, монографії, публікації у періодичних виданнях, інформаційні матеріали, розміщені в мережі Інтернет, результати власних спостережень.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання наукових розробок та методичних рекомендацій щодо формування конкурентоспроможності меблевих підприємств, що сприятиме оптимізації

економічних витрат та підвищенню результативності господарської діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання в умовах меблевого виробництва.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Повний обсяг роботи містить 105 сторінок, у тому числі 29 таблиць на 30 сторінок, 20 рисунків на 20 сторінках, список використаних джерел з 50 найменувань.

Окремі результати дослідження були представлені на науково-практичних конференціях у вигляді публікацій тез доповідей у збірниках наукових праць:

Публікації: Збірник ФЕУВ на тему: «Напрями підвищення конкурентоспроможності виробничих підприємств» / Ю.А.Літвін, С.А.Горбаченко

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретико-методологічні аспекти конкурентоспроможності підприємства»* розглядаються теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємства, сутність конкурентоспроможності підприємства, чинники формування конкурентоспроможності підприємства, методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства.

У другому розділі *«Аналіз та оцінка конкуренто-спроможності магазину меблів ФОП Григоращенко М.О»* проаналізовано вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на конкурентоспроможність магазину «Меблі», проведено оцінку конкурентоспроможності магазину «Меблі» ФОП Григоращенко М.О.

У третьому розділі *«Організаційно-економічні механізми підвищення конкурентоспроможності магазину «Меблі» ФОП Григоращенко М.О»* економічно обґрунтовано наступні заходи підвищення конкурентоспроможності ФОП Григоращенко: організація виробництва меблів виробництва меблів за індивідуальними проектами; налагодження виробництва дизайнерських меблів; заходи щодо підвищення іміджу магазину (прийняття участі у виставці меблів «KIFF»).

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Поняття конкурентоспроможності підприємства можна розглядати як систему взаємодіючих факторів, які надають можливість підприємствам підтримувати на належному рівні вже існуючі конкурентні переваги та створювати умови для формування нових; здатність даної системи змінювати внутрішні параметри залежно від потреб ринкового середовища, а також

ефективно взаємодіяти із зовнішнім середовищем, створюючи більш зручні для власної діяльності умови співпраці і з постачальниками сировинних ресурсів, і зі споживачами власної продукції; системна категорія, що відображає конкурентоспроможність не тільки як результат, а як процес діяльності підприємства з позицій досягнення його стратегічних цілей.

2. Найважливішим критерієм, що визначає здатність підприємства досягти очікуваних економічних результатів від своєї діяльності, є конкурентоспроможність, рівень якої залежить від комплексу чинників внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства. Внутрішні чинники конкурентоспроможності – це чинники, якими підприємство здатне повністю управляти. Внутрішні чинники є найбільш значущими для забезпечення стійких конкурентних позицій підприємства, оскільки вони характеризують умови внутрішнього середовища підприємства та є об'єктом активного впливу з боку самого підприємства. Під зовнішніми факторами розуміють сукупність суб'єктів господарювання, економічних, суспільних і природних умов, національних і міждержавних інституціональних структур та інших зовнішніх умов і чинників, що діють у глобальному оточенні та здійснюють вплив або можуть вплинути на функціонування підприємства. Чинники зовнішнього середовища є досить неоднорідними й визначають функціонування галузі як системи, відображають умови функціонування національної та світової економік.

3. Оцінка конкурентоспроможності підприємства є систематичним і неупередженим аналізом багатьох факторів, що формують конкурентні переваги підприємства. Оцінка конкурентоспроможності підприємства - це визначення його статусу, що дає певну відносну характеристику здатності підприємства конкурувати на певному ринку. Враховуючи досить значну кількість різноманітних методів, вважаємо доцільним систематизувати їх, виділивши три групи: методи, які характеризують ринкові позиції підприємства (продукції); методи, які характеризують рівень менеджменту підприємства; методи, які характеризують рівень фінансово-економічної діяльності підприємства.

4. Фізична особа-підприємець ФОП Григоращенко М.О. зареєстрований 05.06.2007 року. Це власне виробництво і продаж м'яких меблів. При створенні м'яких меблів використовуються екологічні технології виробництва, пакування та зберігання м'яких меблів. Простежується покращення фінансової діяльності ФОП Григоращенко М.О.. В 2018 році валовий прибуток збільшився на 18,48% і в 2019 році – на 57,03. За 2017 – 2019 роки простежується збільшення фінансового результату від операційної діяльності і чистого прибутку майже в 2 рази. Також позитивним явищем є зростання рентабельності сукупного і власного капіталу, операційної і чистої рентабельності реалізованих меблів. Всі показники рентабельності знаходяться на достатньому рівні. Таким чином, досліджуваний магазин меблів за результатами проведеного аналізу на кінець року визнано платоспроможним.

5. Ринок меблів демонструє позитивне зростання і в більшій мірі це обумовлено збільшенням обсягів внутрішнього виробництва. Однією з головних тенденцією на сьогоднішній день є орієнтація здебільшого покупців на меблі українських виробників, що відображає факт підвищення довіри споживача до

вітчизняної продукції. Основними конкурентами магазину «Меблі» ФОП Григоращенко М.О. на ринку меблів м. Одеси є: магазин «Світ меблів» та мМагазин «Меблі просто». Таким чином, на першому місці знаходиться основний конкурент магазину «Меблі» ФОП Григоращенко М.О. - магазин «Меблі просто». Таким чином, проведені нами комплексні розрахунки конкурентоспроможності магазину «Меблі» ФОП Григоращенко М.О. показали, що досліджуваний магазин має конкурентоспроможність нижче середньої конкурентоспроможності на ринку меблів м. Одеси. Слабкими сторонами магазину «Меблі» ФОП Григоращенко М.О. є: відсутність інтернет-магазину, високі витрати, пов'язані з закупкою меблів, відсутність сайту компанії, Відсутність просування в соціальній мережі Instagram, відсутність посади маркетолога, маркетингова діяльність на низькому рівні, відсутність чіткої маркетингової стратегії. Можливостями компанії є збільшення долі ринку меблів, організація виробництва меблів за індивідуальним замовленням, розширення збутової мережі, відкриття нових магазинів в різних районах м. Одеси, впровадження повномасштабної маркетингової програми просування меблів.

6. Нами пропонуються наступні заходи підвищення конкурентоспроможності ФОП Григоращенко:

- організація виробництва меблів виробництва меблів за індивідуальними проектами;
- налагодження виробництва дизайнерських меблів;
- заходи щодо підвищення іміджу магазину (прийняття участі у виставці меблів «KIFF»).

7. Прогнозний економічний ефект від впровадження заходів підвищення конкурентоспроможності ФОП Григоращенко складе 1883,84 тис. грн.. Отримані показники ефективності дозволяють стверджувати високий рівень інвестиційної привабливості проекту, що розробляється. Проведена оцінка ризиків показала, що підприємство не суттєво піддається впливу ризиків, оскільки ймовірність настання ризику 4,25 бали за 10-бальною шкалою. Найвагоміший ризик який може вплинути на процес реалізації проекту, це ризик зменшення попиту на продукцію.

АНОТАЦІЯ

**Літвін Ю.А «Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства
(на прикладі ФОП Григоращенко М. О.)»**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 076 «Підприємництво торгівля та біржова діяльність» за освітньою програмою професійного/наукового спрямування «Економіка, планування та управління бізнесом». Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2020.

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження є організаційно-економічні процеси, які формують рівень конкурентоспроможності магазину «Меблі» ФОП Григоращенко на ринку меблів. У роботі розглядаються теоретичні аспекти

конкурентоспроможності підприємства, сутність конкурентоспроможності підприємства, чинники формування конкурентоспроможності підприємства, методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Проаналізовано вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на конкурентоспроможність магазину «Меблі», проведено оцінку конкурентоспроможності магазину «Меблі» ФОП Григоращенко М.О.

Запропоновано наступні заходи підвищення конкурентоспроможності ФОП Григоращенко: організація виробництва меблів виробництва меблів за індивідуальними проектами; налагодження виробництва дизайнерських меблів; заходи щодо підвищення іміджу магазину (прийняття участі у виставці меблів «KIFF»).

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, зовнішнє середовище, внутрішнє середовище, мебельне виробництво, організаційно-економічний механізм.

ANNOTATION

Litvin Y. «Ways to increase the competitiveness of the enterprise (on the example of FOP Grigorashchenko M)»

Qualification work for a master's degree in specialty 076 "Entrepreneurship, trade and exchange activities" in the educational program of professional / scientific direction "Economics, planning and business management". Odessa National Economic University. - Odessa, 2020.

Qualification work consists of three sections. The object of the study are organizational and economic processes that form the level of competitiveness of the store «Furniture» FOP Grigorashchenko in the furniture market. The theoretical aspects of enterprise competitiveness, essence of enterprise competitiveness, factors of enterprise competitiveness formation, methodical approaches to enterprise competitiveness assessment are considered in the work.

The influence of external and internal factors on the competitiveness of the store "Furniture" is analyzed, the assessment of the competitiveness of the store "Furniture" FOP Grigorashchenko MO

The following measures to increase the competitiveness of FOP Grigorashchenko are proposed: organization of furniture production furniture production on individual projects; setting up the production of designer furniture; measures to improve the image of the store (participation in the exhibition of furniture «KIFF»).

Key words: enterprise competitiveness, external environment, internal environment, furniture production, organizational and economic mechanism.